



Bruxelles, le 23.1.2026
COM(2026) 17 final

RAPPORT DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN ET AU CONSEIL

**sur la mise en œuvre de l'article 46 du règlement (UE) 2021/2116 du Parlement européen
et du Conseil du 2 décembre 2021 relatif au financement, à la gestion et au suivi de la
politique agricole commune**

{SWD(2026) 8 final}

I. INTRODUCTION

Le présent rapport porte sur la mise en œuvre des actions d'information dans le domaine de la politique agricole commune (PAC) pour 2023 et 2024, au titre de l'article 46 du règlement (UE) 2021/2116 du Parlement européen et du Conseil du 2 décembre 2021 relatif au financement, à la gestion et au suivi de la politique agricole commune¹ (ci-après le «règlement»).

L'article 46, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement stipule que les actions d'information financées *«visent à favoriser la présentation, la mise en œuvre et le développement de la PAC et la sensibilisation du public au contenu et aux objectifs de celle-ci, y compris ses interactions avec le climat, l'environnement et le bien-être animal. Elle est destinée à informer les citoyens des difficultés auxquelles sont confrontés les secteurs de l'agriculture et de l'alimentation, à renseigner les agriculteurs et les consommateurs, à rétablir la confiance des consommateurs après les crises grâce à des campagnes d'information, à informer d'autres acteurs des zones rurales et à promouvoir un modèle agricole plus durable de l'Union et sa compréhension par les citoyens.»*

Les actions d'information financées se répartissent en deux grandes catégories:

- celles qui sont soumises par des organisations tierces en vue d'un cofinancement au titre du Fonds européen agricole de garantie — FEAGA (au moyen de subventions);
- celles qui sont décidées à l'initiative de la Commission et financées à 100 % par le FEAGA (les actions directes/les marchés publics).

L'article 46, paragraphe 2, dernier alinéa, dispose que les actions visées *«contribuent également à assurer la communication institutionnelle des priorités politiques de l'Union, pour autant que ces priorités soient liées aux objectifs généraux du présent règlement»*.

Conformément à l'article 46, paragraphe 5, du règlement, un rapport sur la mise en œuvre des actions d'information menées au titre dudit règlement est présenté tous les deux ans au Parlement européen et au Conseil. Le présent rapport est le onzième de ce type².

II. CONTEXTE

Au cours de la période de référence, le débat public sur l'agriculture de l'UE a été façonné par les tensions géopolitiques, les catastrophes naturelles et les protestations des agriculteurs. Les efforts de communication de la direction générale de l'agriculture et du développement rural (DG AGRI) de la Commission se sont concentrés sur la sensibilisation et le renforcement du soutien à la contribution de l'agriculture de l'UE à une Europe plus durable et plus résiliente, ainsi qu'à son importance pour l'économie européenne dans son ensemble et pour les communautés rurales en particulier.

L'année 2023 a marqué la première année de mise en œuvre de la PAC 2023-2027. Au cours de cette période, la Commission a communiqué sur la nouvelle PAC, ses objectifs et son nouveau modèle de mise en œuvre avec l'application des plans stratégiques relevant de la

¹ JO L 435 du 6.12.2021, p. 187.

² COM(2003) 235 final du 8.5.2003; COM(2007) 324 final du 13.6.2007; COM(2009) 237 final du 20.5.2009; COM(2011) 294 final du 25.5.2011; COM(2013) 645 final du 20.9.2013; COM(2016) 83 final du 23.2.2016; COM(2017) 777 final du 19.12.2017; COM(2019) 634 final du 17.12.2019; COM(2021) 822 final du 20.12.2021; COM(2023) 767 final du 6.12.2023.

PAC à partir de 2023, tout en rappelant le rôle central de la PAC dans la garantie de la sécurité alimentaire. Des efforts considérables ont été déployés pour apporter le soutien nécessaire aux États membres afin de veiller à ce que la nouvelle PAC soit mise en œuvre en temps utile dans tous les États membres, de sorte que les agriculteurs puissent continuer à bénéficier du soutien de la PAC.

En 2024, un dialogue stratégique sur l'avenir de l'agriculture dans l'UE a été lancé, en vue de poursuivre le dialogue avec les agriculteurs, les parties prenantes de la chaîne alimentaire et les citoyens. La Commission a soutenu les travaux du dialogue et a favorisé la visibilité de son rapport final, présenté plus tard dans l'année.

Dans la perspective des élections européennes de juin 2024, la Commission a contribué à l'effort plus général qu'elle déploie pour transmettre aux Européens des messages convaincants, forts et compréhensibles sur l'importance de l'Europe pour ses citoyens. En particulier, la DG AGRI s'est concentrée sur le rôle des agriculteurs dans la garantie de la sécurité alimentaire et de la production alimentaire pour tous les Européens.

Au cours de la période de référence, la DG AGRI a continué de contribuer aux actions de communication institutionnelle de la Commission.

III. BUDGET

Le budget mis à disposition pour des actions d'information au titre de la ligne budgétaire 08 02 06 03, initialement prévu dans la décision de financement³, s'élevait à 10,51 millions d'EUR en 2023 (y compris la contribution à l'exposition universelle d'Osaka et la contribution aux outils informatiques institutionnels) et à 12,69 millions d'EUR en 2024 (y compris la contribution aux outils informatiques institutionnels et la concentration en début de période pour les subventions 2025). En outre, 11,185 millions d'EUR en 2023 et 20,570 millions d'EUR en 2024 ont été consacrés aux campagnes institutionnelles de la Commission.

Le budget alloué a été réparti entre les marchés publics (actions menées à l'initiative de la Commission) et les subventions (actions cofinancées) de la manière suivante:

2023: marchés publics (4,51 millions d'EUR) (53 %) — Subventions (4 millions d'EUR) (47 %) — Contribution à l'exposition universelle d'Osaka (2 millions d'EUR)

2024: marchés publics (8,15 millions d'EUR) (64,20 %) — Subventions (4,54 millions d'EUR) (35,80 %)⁴

L'exécution des actions de 2023 a atteint 99,99 % en ce qui concerne les engagements (y compris la contribution à l'exposition universelle d'Osaka) et 91,80 % en ce qui concerne le paiement des montants engagés.

³ Décision d'exécution de la Commission 2023: C(2022) 8914 final, décision d'exécution de la Commission 2024: C(2023) 8513 final modifiée par C(2024) 2473 final, C(2024) 5968 final et C(2024) 8375 final.

⁴ Il convient de noter qu'en 2024, une flexibilité budgétaire, y compris la concentration en début de période du budget supplémentaire, a été appliquée, ce qui a conduit à des chiffres réels légèrement différents de ceux indiqués ci-dessus (voir le point V pour les montants réels engagés/payés).

L'exécution des actions de 2024 a atteint 100 % en termes d'engagements; les chiffres relatifs aux paiements pour les actions de 2024 n'étaient pas encore finalisés au moment de la rédaction du présent rapport, étant donné que des paiements peuvent encore être effectués jusqu'au 31 décembre 2025, voire plus tard.

IV. VENTILATION DES ACTIONS FINANCÉES

1) Subventions (actions d'information cofinancées menées à l'initiative d'organisations tierces)

L'article 46 (actions d'information) du règlement envisage deux types d'actions à financer par des subventions: des programmes de travail annuels ou d'autres actions spécifiques présentées par des tiers. Par action d'information spécifique, on entend des séances d'information limitées dans le temps et l'espace et mises en œuvre sur la base d'un budget unique. Les activités relevant de ce type d'opération peuvent aller d'une série de conférences à une campagne d'information complète comprenant plusieurs types d'actions d'information, telles que des productions audiovisuelles, des reels, des podcasts, des articles de presse (traditionnels ou en ligne), la communication par les médias numériques, y compris les publications de médias sociaux, l'organisation de séminaires et de conférences ou la participation à des foires agroalimentaires menées dans différentes régions ou différents États membres.

L'appel à propositions pour les subventions de 2023⁵, qui s'est déroulé du 8 novembre 2022 au 5 janvier 2023, était axé sur des actions d'information et de communication à grande échelle visant à lutter contre les perceptions erronées et la désinformation concernant l'agriculture européenne et la PAC, en accordant une attention particulière à la manière dont la stratégie «De la ferme à la table», la stratégie en faveur de la biodiversité et le plan d'action pour la production biologique peuvent aborder les questions pertinentes pour l'agriculture et les zones rurales, y compris la transition vers une agriculture plus durable en ce qui concerne les aspects économiques, sociaux et environnementaux. Plus précisément, l'appel à propositions de 2023 rappelait comment la stratégie «De la ferme à la table» permettrait la transition vers un système alimentaire européen plus durable qui préserve la sécurité alimentaire, réduit l'empreinte environnementale et climatique du système alimentaire de l'UE et renforce sa résilience, protège la santé des citoyens et garantit les moyens de subsistance des opérateurs économiques, contribuant ainsi à la réalisation des objectifs fixés dans le pacte vert pour l'Europe. L'appel à propositions de 2023 rappelait également comment la stratégie en faveur de la biodiversité favorise l'adoption de pratiques agroécologiques et vise à accroître les terres agricoles consacrées à l'agriculture biologique. L'appel à propositions de 2023 faisait référence au plan d'action en faveur du développement de la production biologique, qui vise à stimuler la production et la consommation de produits biologiques.

L'appel à propositions de 2024⁶ était ouvert aux candidatures du 17 octobre 2023 au 9 janvier 2024. Les projets d'actions d'information devaient illustrer la manière dont la PAC (y compris les plans stratégiques nationaux relevant de la PAC) contribuerait à la réalisation des

⁵ Appel à propositions pour les subventions en 2023 publié sur le portail «Financements et appels d'offres» de la Commission européenne sous l'identifiant thématique IMCAP-2023-INFOME [EU Funding & Tenders Portal](#).

⁶ Appel à propositions pour les subventions en 2024 publié sur le portail «Financements et appels d'offres» de la Commission européenne sous l'identifiant thématique IMCAP-2024-INFOME [EU Funding & Tenders Portal](#).

priorités politiques de la Commission, en particulier garantir un approvisionnement stable en denrées alimentaires abordables, lutter contre le changement climatique, promouvoir la gestion durable des ressources naturelles, encourager les normes les plus élevées en matière de bien-être animal et soutenir l'économie rurale. Une attention particulière devait être accordée à un système de production alimentaire durable, garantissant la sécurité alimentaire et la résilience à long terme de l'agriculture de l'UE, notamment en mettant l'accent sur le soutien aux jeunes agriculteurs, l'amélioration de l'équilibre hommes-femmes, l'encouragement du renouvellement des générations ou l'augmentation de la participation des femmes à l'agriculture.

Les candidatures ont été évaluées à l'aune des critères d'éligibilité, d'exclusion, de sélection et d'attribution fixés par les appels à propositions. Depuis l'appel de 2024, des experts externes sont nommés dans le cadre du processus d'évaluation. Cette approche était conforme au règlement financier et traduisait la volonté de la Commission d'assurer un traitement égal et une concurrence loyale entre les candidats⁷. Au cours de la période de référence, un total de 45 actions ont été cofinancées, qui ont toutes bénéficié d'un taux de 60 % des coûts admissibles réellement engagés, majoré d'une contribution forfaitaire de 7 % des coûts admissibles. En particulier:

- 23 projets ont bénéficié d'une subvention pour la mise en œuvre d'actions d'information sur la PAC dans le cadre de l'appel de 2023;
- 22 projets ont été retenus dans le cadre de l'appel de 2024⁸.

Au cours de la période 2023-2024, des subventions ont été allouées à des médias, des sociétés de conseils, des agences de communication ou autres organisations pour des actions de sensibilisation sur l'importance que revêtent l'agriculture et les zones rurales pour la société dans son ensemble; il s'agissait notamment d'actions avec une composante transnationale menées par des organisations actives dans différents États membres. Les projets illustraient la manière dont la PAC a contribué à la réalisation des priorités politiques de l'Union et abordé la question du développement durable de l'agriculture dans toutes ses dimensions. Souvent, ces actions comprenaient des éléments pédagogiques et des activités de sensibilisation concernant l'alimentation et l'agriculture, le rôle de l'aide apportée par l'Union et l'importance du renouvellement générationnel pour le secteur ou le rôle des femmes dans l'agriculture.

Un soutien a également été accordé à des actions menées au niveau national par des associations de producteurs ou des entités ayant des liens étroits avec le secteur agricole. Ces projets étaient axés sur les défis actuels et futurs de l'agriculture et des zones rurales de l'Union et notamment sur la promotion du développement durable. De même, au niveau national, entre autres, plusieurs projets ont porté sur les perspectives d'avenir pour les jeunes agriculteurs.

Les projets subventionnés comprenaient fréquemment un volet éducatif ciblant les écoliers, les enseignants et les étudiants universitaires. Ces actions ont été conçues dans le but de nouer le dialogue avec les jeunes et de les sensibiliser à la PAC et à sa contribution dans de

⁷ De plus amples informations sur les subventions sont disponibles également sur le site Europa à l'adresse suivante: [Subventions en faveur d'actions d'information - Commission européenne](#).

⁸ Des informations détaillées sur les projets sont disponibles sur la page [Bénéficiaires - Commission européenne](#).

nombreux domaines tels que le changement climatique, la sécurité alimentaire et la promotion d'une alimentation saine comme choix de vie.

Le document de travail des services de la Commission joint au présent rapport fournit des informations détaillées sur les subventions accordées au cours de la période de référence, y compris le nombre de demandes de subvention retenues par État membre.

Au cours de la période 2023-2024, il est important de souligner qu'un nombre considérable d'actions d'information cofinancées ont atteint un public plus large que les participants directs, grâce à l'effet multiplicateur de la presse spécialisée et des médias, ainsi qu'à l'utilisation massive des canaux numériques et des médias sociaux en tant qu'outils de diffusion.

2) Actions directes et marchés publics (actions d'information menées à l'initiative de la Commission)

Au cours de la période 2023-2024, comme dans le passé, un nombre important d'actions d'information ont été menées à l'initiative de la Commission.

Le document de travail des services de la Commission joint au présent rapport contient de plus amples informations sur les actions directes.

Médias

L'appui aux médias par la fourniture d'informations pertinentes et opportunes sur la PAC actuelle et future et sur la politique de développement rural a continué d'occuper une place importante au cours de cette période. La plateforme [Agri-Press](#) destinée aux journalistes intéressés par les questions agricoles a encore été améliorée.

En 2023, le réseau Agri-Press a acquis 67 nouveaux membres (augmentation de 8 %, bien au-delà de l'objectif de 5 %). Le nombre total de membres s'élevait à 1 278 au 31 décembre 2023. En 2023, les événements Agri-Press suivants ont été organisés:

- séminaire sur «les engrais, le caractère abordable des denrées alimentaires et les mesures de marché», combiné à une visite de terrain en Flandre (Belgique), du 27 au 29 mars 2023. Tous les participants (100 %) ont formulé des avis positifs sur l'événement. En ce qui concerne la production médiatique, au moins un article provenant de 57 % des participants a été recueilli;
- voyage de presse à Skåne (Suède), du 14 au 16 juin 2023. Les thèmes abordés étaient «les engrais et la durabilité économique et environnementale dans l'agriculture suédoise». Presque tous les participants (93 %) ont formulé des avis positifs sur l'événement au moyen d'une enquête post-événement. En ce qui concerne la production médiatique, au moins un article provenant de 80 % des participants a été recueilli, dépassant ainsi l'objectif de 70 %;
- voyage de presse en Aragón (Espagne), du 23 au 25 novembre 2023. Les thèmes abordés étaient «la durabilité et l'innovation dans l'agriculture espagnole». Dans le prolongement de cette activité, 73 % des journalistes participants ont rédigé au moins un article sur la presse spécialisée, dépassant ainsi l'objectif de 70 %. Tous les journalistes (100 %) qui y ont participé ont émis des avis positifs au moyen d'une enquête post-événement.

Au 31 décembre 2024, le nombre total de membres était de 793, 81 nouveaux membres ayant rejoint la plateforme après la migration du 22 avril 2024. Cela représente une augmentation de 11 % du nombre de membres en huit mois. À l'occasion de la migration du réseau Agri-

Press vers une plateforme web remaniée hébergée sur Europa, les membres non actifs⁹ ont été supprimés, après une série d'avertissements. Cela explique la réduction du nombre total de membres entre le 31 décembre 2023 et le 31 décembre 2024.

En 2024, les événements suivants ont été organisés:

- voyage de presse sur le thème «Grèce: diversité de l'agriculture et réponse de l'UE aux catastrophes naturelles affectant les exploitations agricoles», Thessalie, du 22 au 24 avril 2024. Tous les participants ont formulé des avis positifs sur l'événement. En ce qui concerne la production médiatique, au moins un article provenant de 95 % des participants a été recueilli;
- séminaire et visite de terrain sur le thème «État des lieux de l'agriculture dans la perspective des élections européennes — Comment la PAC peut relever les défis auxquels sont confrontés les agriculteurs», Belgique, du 27 au 29 mai 2024. Tous les participants ont formulé des avis positifs sur l'événement. En ce qui concerne la production médiatique, au moins un article provenant de 56 % des participants a été recueilli;
- séminaire et visite de terrain en Hongrie sur le thème «Atténuation du changement climatique grâce aux pratiques agricoles et rôle des organisations de producteurs dans le renforcement de la position des agriculteurs dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire», du 8 au 10 octobre 2024. À titre de suivi, 41 % des journalistes participants ont rédigé au moins un article, tandis que tous les participants ont formulé des avis positifs.

Site web

Le site web reste une source importante d'informations spécialisées sur l'agriculture et le développement rural, régulièrement mises à jour. Au cours de la période de référence, des changements importants ont été apportés à la présence de la Commission sur le web, dans le but de la rendre plus conviviale et plus pertinente pour le grand public.

Le site web agriculture.ec.europa.eu affiche un contenu beaucoup plus dynamique, comprenant des vidéos, des galeries médias et des graphiques qui contribuent à soutenir les messages politiques. De nouvelles sections ont également été publiées à la suite des derniers développements politiques. En 2023 la section [«La PAC dans mon pays»](#) a été créée afin d'informer sur l'entrée en vigueur de la politique agricole commune 2023-2027 et son application dans chaque pays de l'UE au moyen des plans stratégiques spécifiques relevant de la PAC. En 2024, une nouvelle section a été créée afin de présenter diverses [mesures de simplification](#) de la PAC en réponse aux préoccupations des agriculteurs.

Dans le cadre du matériel de communication, le site web héberge la série de podcasts [«Nourrir l'Europe»](#), qui est réalisée en trois langues: allemand, anglais et français. Les différents épisodes portent sur des sujets pertinents liés à des événements ou à des initiatives politiques récents et donnent la parole aux citoyens, aux experts et aux décideurs politiques. Ces séries de podcasts sont disponibles sur différentes plateformes (Spotify, YouTube, Google podcast) et font également l'objet d'une promotion régulière sur les réseaux sociaux. En 2023 et 2024, c'est-à-dire les saisons 5 et 6, vingt-deux épisodes ont été diffusés, soit 11 épisodes par an. En 2023, chaque épisode de podcast a été écouté plus de 750 fois en moyenne, tandis qu'en 2024, le nombre moyen d'écoutes par épisode était supérieur à 1 100.

⁹ Définis comme des membres qui ne se sont pas connectés à la plateforme au cours des 48 derniers mois.

Le site web de la Commission comptait plus de 1,7 million de visiteurs et près de 4,4 millions de pages consultées en 2023, et près de 2 millions de visiteurs et 4,5 millions de pages consultées en 2024.

Médias sociaux

La Commission a continué d'utiliser les médias sociaux pour informer les citoyens et les parties prenantes sur tous les aspects des activités de la PAC.

En 2023, le nombre d'abonnés sur l'ensemble des plateformes sociales a atteint le chiffre de 309 634, ce qui est nettement supérieur à l'objectif de 275 000 abonnés. La Commission a augmenté ses impressions de contenu, atteignant 88 millions d'impressions. Une attention particulière a été accordée à la sensibilisation aux priorités de la PAC, à la fois grâce à la publicité payante sur les médias sociaux et par la mobilisation de publics spécifiques dans le cadre d'activités ciblées:

- campagne sur les médias sociaux pour marquer l'enregistrement de la 3 500^e indication géographique (IG), avec 31 300 impressions sur X (anciennement Twitter) et Facebook;
- campagne sur les médias sociaux concernant la promotion de la deuxième édition des #EUOrganic Awards et des vidéos des lauréats sur Instagram, Facebook et X. La campagne a donné lieu à 24 millions (24 223 394) d'impressions. Le hashtag #EUOrganic a totalisé 2 951 publications par 871 utilisateurs, générant 28 000 interactions;
- visualisation de données sur [«What science tells us about sustainable #FarmingPractices»](#) afin de promouvoir des résultats fondés sur des données scientifiques pour encourager l'adoption de méthodes d'exploitation agricoles durables. Au total, 72 000 impressions ont été obtenues sur les trois canaux (X/Twitter, Facebook, Instagram), les publications ayant suscité 3 500 interactions et 382 clics de lien renvoyant à l'ensemble de données iMAP FP, une bibliothèque de données factuelles sur les effets des pratiques agricoles sur l'environnement et le climat¹⁰;
- lancement de l'observatoire rural #RuralVisionEU avec un total de 107 562 impressions et interactions;
- campagne sur les médias sociaux visant à sensibiliser le public à la toute première édition des Journées européennes de l'agroalimentaire, avec un total de 17 497 245 impressions et 91 751 clics;
- campagne vidéo sur YouTube afin de promouvoir les résultats de la conférence AgriResearch et les profils de recherche avec 562 647 impressions et 269 059 vues;
- campagne sur les médias sociaux afin de marquer l'entrée en vigueur de la PAC 2023-2027.

En 2024, le nombre d'abonnés sur l'ensemble des plateformes sociales a atteint le chiffre de 330 194, dépassant largement l'objectif de 275 000 abonnés. La Commission a enregistré près de 42 millions d'impressions de contenu. Les activités les plus marquantes sur les médias sociaux en 2024 ont été les suivantes:

¹⁰ [JRC - Farming Practices Evidence library](#).

- campagne sur les médias sociaux visant à promouvoir la période d'appel à candidatures de la politique de promotion agricole sur Facebook et Instagram, avec 23 942 clics de lien et 2 194 194 impressions;
- campagne sur les médias sociaux concernant la promotion de la troisième édition des #EUOrganic Awards et des vidéos des lauréats sur Instagram et Facebook. La campagne a généré 18 millions (18 551 142) d'impressions, avec un pic de 6,3 millions d'impressions en septembre 2024 et une moyenne de 3 millions de personnes sur l'ensemble de la période de référence. Le hashtag #EUOrganic a enregistré un total de 2 312 publications de 445 utilisateurs, qui ont généré 21 400 interactions;
- campagne sur les médias sociaux Facebook et Instagram afin de promouvoir l'appel à candidatures pour les subventions en faveur d'actions de formation relatives à la PAC, qui a recueilli 9 990 213 impressions et 138 605 clics de lien;
- campagne sur les médias sociaux Facebook et Instagram afin de promouvoir l'enquête sur les pratiques commerciales déloyales, qui a recueilli 3 438 863 impressions et 67 578 clics de lien;
- campagne sur les médias sociaux Facebook et Instagram afin de promouvoir l'événement «Journées européennes de l'agroalimentaire», qui a recueilli 6 912 749 vues et 109 176 clics de lien.

Conférences

Au cours de cette période, l'établissement d'un dialogue avec les parties prenantes et la sensibilisation du grand public sont restés une priorité pour les actions de communication de la Commission. Les conférences ont constitué un moyen important de consultation et d'échange d'informations et d'idées sur des questions stratégiques essentielles entre la Commission et un large éventail de parties prenantes aux niveaux régional, national et international.

En 2023, la Commission a lancé un nouveau concept des *Journées européennes de l'agroalimentaire*, son événement phare annuel, en regroupant la conférence sur les perspectives agricoles et la conférence sur le numérique. L'événement s'est déroulé du 6 au 8 décembre 2023 et a été inauguré par la présidente de la Commission au moyen d'un message vidéo suivi d'un discours d'ouverture du commissaire à l'agriculture. Des discussions ont eu lieu sur les perspectives de l'agriculture européenne, les tendances du marché, la sécurité alimentaire, la durabilité et l'innovation numérique. Cet événement international a réuni des agriculteurs, des décideurs politiques, des chefs d'entreprise, des analystes et des experts du monde entier afin de favoriser le dialogue et d'inspirer des idées transformatrices. Au cours des trois jours, 1 523 participants ont assisté à l'événement sur place et 3 550 l'ont suivi en ligne, avec un taux de satisfaction moyen de 93,75 %.

Dans la perspective du lancement officiel, les Journées européennes de l'agroalimentaire ont également inclus la conférence UE-Canada intitulée «Dialogue sur l'agriculture durable», qui s'est tenue le 5 décembre. Les parties prenantes et les décideurs politiques ont fait le point sur les progrès accomplis à ce jour et ont discuté des priorités futures pour la prochaine phase du dialogue UE-Canada en cours sur l'agriculture durable. Un large éventail d'acteurs du secteur agricole, tant du Canada que de l'UE, ont pris part à cet événement (90 participants).

En 2023, la 5^e conférence ministérielle Union africaine (UA) – Union européenne (UE) sur l'agriculture s'est également tenue à Rome le 30 juin. Les participants ont suivi les progrès accomplis entre les sommets pour faire progresser la coopération entre l'Union africaine et

l'Union européenne. 37 délégations de pays étaient représentées à la conférence, dont 22 de pays africains, avec un total de 400 participants. La session plénière a été suivie par 805 spectateurs en ligne.

En 2024, une grande conférence et un dialogue politique ont été organisés:

- du 10 au 12 décembre 2024, la deuxième édition des *Journées européennes de l'agroalimentaire* a eu lieu à Bruxelles. L'événement s'articulait autour des perspectives politiques et économiques et de la conférence sur le numérique, avec des thèmes liés à la chaîne d'approvisionnement alimentaire, à la recherche et à l'innovation. L'événement a été ouvert par la présidente de la Commission au moyen d'un message vidéo suivi de discours liminaires du président de la Banque européenne d'investissement (BEI) et du commissaire à l'agriculture. Les discussions se sont concentrées sur les dernières tendances agricoles, les options stratégiques, l'évolution du marché, ainsi que la recherche, l'innovation et les technologies numériques. Le commissaire Hansen a organisé un point presse le premier jour de l'événement en présence d'une vingtaine de journalistes (correspondants à Bruxelles et médias nationaux). Cet événement annuel a rassemblé des parties prenantes du système agroalimentaire, la société civile, des consommateurs, des universitaires et des décideurs politiques de toute l'UE. Au cours des trois jours, plus de 1 000 participants ont assisté à l'événement sur place et 6 500 l'ont suivi en ligne, le taux de satisfaction moyen étant de 90 %.
- Le 11 décembre 2024, le premier *dialogue stratégique en faveur de la jeunesse* avec le commissaire Hansen a également été organisé à Bruxelles en marge des Journées européennes de l'agroalimentaire. 25 participants en provenance de 14 États membres ayant une expérience dans les domaines de l'agriculture, de l'alimentation et des zones rurales ont rencontré le commissaire et proposé des solutions pour le renouvellement des générations, la durabilité, la compétitivité et l'entrepreneuriat dans le secteur agricole. L'événement a été largement couvert sur les réseaux sociaux de la Commission (10 169 vues).

Foires et manifestations

La Commission était présente avec un stand à l'*Internationale Grüne Woche* de Berlin, en Allemagne (du 20 au 29 janvier 2023 et du 19 au 28 janvier 2024) et au Salon international de l'agriculture à Paris, en France (du 25 février au 5 mars 2023 et du 24 février au 3 mars 2024). Les stands ont rencontré un vif succès, accueillant 2 064 visiteurs/jour (Berlin) et 4 187 visiteurs/jour (Paris) en 2023. En 2024, il y avait 1 253 visiteurs/jour (Berlin) et 2 100 visiteurs/jour (Paris).

Dans le cadre de la sensibilisation des publics cibles dans les États membres, la Commission était présente à la foire agricole *Demoagro* 2023 en Espagne du 23 au 25 mai 2023. Les nouvelles activités présentées sur le stand visaient à transmettre des messages clés concernant deux thèmes principaux: la nouvelle politique agricole commune (grâce à des supports visuels repensés pour le stand et un quiz adapté aux adultes et aux enfants) et les indications géographiques (avec une nouvelle activité présentant et expliquant les systèmes d'IG et encourageant les visiteurs à reconnaître les logos AOP et IGP). Le stand a accueilli 2 000 visiteurs/jour.

Du 26 au 29 juillet 2024, la Commission était également présente avec un stand à la foire agricole de Libramont, en Belgique. En moyenne, la foire a attiré 1 570 personnes par jour.

En 2023 et 2024, la Commission a participé à la *Journée portes ouvertes de l'UE* à Bruxelles à l'occasion des célébrations du 9 mai. Le stand comprenait des activités sur la nouvelle PAC

et des dégustations de produits protégés par une indication géographique. Quelque 10 000 visiteurs ont assisté à l'événement en 2023 et en 2024.

La deuxième et la troisième *cérémonie de remise des prix européens du bio* ont eu lieu à Bruxelles le 25 septembre 2023 (en présence de 125 participants sur place et de 970 téléspectateurs en ligne, soit un taux de satisfaction de 80 %) et le 23 septembre 2024 (en présence de 123 participants sur place et de 970 téléspectateurs en ligne), immédiatement après la Journée européenne du bio. Les prix européens du bio récompensent l'excellence dans la chaîne de valeur biologique. Ils se composent de sept catégories et de huit prix individuels. La cérémonie de remise des prix a été ouverte par le commissaire à l'agriculture. En 2023, un épisode du podcast «Nourrir l'Europe» a été consacré aux prix européens du bio, au cours duquel divers intervenants ont débattu de plusieurs des questions relatives à la production et à la consommation de produits biologiques ([14. #Organic: EU Organic Awards by Food for Europe](#)).

Publications

Comme précédemment, l'accent a été mis sur l'élaboration de publications sous forme électronique. Un stock limité de publications papier a été assuré, principalement pour être distribué lors d'événements, de certaines conférences et par des réseaux de l'Union, par l'intermédiaire des centres Europe Direct et des représentations, par exemple.

La mise au point d'une boîte à outils des indications géographiques (phase conceptuelle) visant à encourager les producteurs de tous les États membres à enregistrer une IG a débuté en 2022. La Commission a continué à élaborer en interne une série de fiches techniques, d'infographies et de publications pour répondre aux différents besoins exprimés par les unités de la DG. Tout au long de 2023 et 2024, la phase de production des vidéos explicatives présentant la procédure d'enregistrement d'une IG a progressé, et la production des cinq vidéos de témoignages de producteurs d'IG et de la vidéo sur les IG destinée aux consommateurs a été finalisée.

Eurobaromètre

Une enquête Eurobaromètre spéciale 556 sur «[Les Européens, l'agriculture et la PAC](#)» a été menée sur le terrain en juin et en juillet 2024 et publiée en janvier 2025. Depuis plus de 15 ans (depuis 2007), la Commission interroge deux fois par an les citoyens européens sur leur opinion concernant l'agriculture en général et la PAC en particulier. Cette enquête permet de mieux cibler les actions de communication de la Commission relatives à la PAC. En outre, elle fournit des données pour l'évaluation de la stratégie de communication externe et sert de base à la préparation de la prochaine stratégie.

78 % des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête Eurobaromètre de 2024 connaissaient la politique agricole commune de l'UE, soit le niveau le plus élevé de sensibilisation du public à la PAC depuis 2007 (64 %).

3) Communication institutionnelle

La communication institutionnelle joue un rôle essentiel dans la mobilisation des citoyens européens et l'amélioration de leur compréhension des valeurs, des priorités politiques et des politiques de l'UE. Cette approche est essentielle pour construire et maintenir une image positive de l'UE auprès de divers publics dans l'ensemble de l'Union. En combinant des messages spécifiques à chaque secteur avec une stratégie de communication plus large et unifiée, la Commission garantit une efficacité et une rentabilité maximales grâce à une sensibilisation stratégique, cohérente et multilingue.

La campagne de communication *NextGenEU* a été lancée en 2021 pour montrer comment l'UE façonne une Europe plus saine, plus verte et plus numérique. Tout en ciblant initialement un large public, la campagne a évolué pour se concentrer sur le secteur des entreprises, en mettant l'accent sur les possibilités d'investissement dans les technologies propres. En 2024, la campagne s'est tournée vers un engagement plus local, s'adressant directement aux citoyens et révélant des effets tangibles sur leur vie quotidienne. Certains temps forts de ces campagnes ont reflété l'engagement de l'UE en faveur du développement agricole et rural, en s'alignant étroitement sur les objectifs de la PAC.

En janvier 2024, la DG COMM a clôturé la campagne intitulée «You are EU», qui associait la transition énergétique aux valeurs fondamentales de l'UE. Cette campagne a complété les efforts nationaux en matière d'économies d'énergie et a eu une incidence particulière dans les zones rurales. Grâce à une combinaison de médias traditionnels (panneaux d'affichage, radio) et de plateformes numériques, la campagne a atteint, selon les estimations, 350 millions d'Européens âgés de 15 ans et plus.

Les messages de *NextGenEU* et de *You are EU* sont liés aux objectifs de la PAC. La promotion de la transition écologique et numérique sert non seulement des objectifs économiques et environnementaux, mais renforce également la mission de la PAC consistant à soutenir l'agriculture durable, à protéger les ressources naturelles et à respecter les engagements de l'UE en matière de climat et de biodiversité, y compris ceux pris dans le cadre de l'accord de Paris.

V. VENTILATION DES DÉPENSES (ENGAGEMENTS ET PAIEMENTS) ENTRE LES ACTIONS COFINANCÉES À L'INITIATIVE DE PARTIES TIERCES (SUBVENTIONS) ET LES ACTIONS D'INFORMATION MENÉES À L'INITIATIVE DE LA COMMISSION (MARCHÉS PUBLICS)¹¹

Montants en EUR	2023			2024		
	Subventions	Marchés publics	Total	Subventions	Marchés publics	Total
Budget réel	4 042 650	17827446	21870096	4923731	41099239	46022969
Engagements+ Codélégation (*)	4 042 650	17825319	21867969	4923731	41099239 (**)	46022969 (**)

¹¹ La contribution de 31 755 000 d'EUR pour 2023 et 2024 destinée à la communication institutionnelle ne figure pas dans ce tableau. Ni la contribution à l'exposition universelle d'Osaka.

% de consommation	100 % Cat.	99,99 %	99,99 %	100 % Cat.	100 % Cat.	100,00 %
Paielements¹²	3875729	16199664	20075593	S.O. (***)	S.O. (***)	S.O. (***)
% du paiement par rapport à l'engagement/l a codélégation (*)	95,87 %	90,88 %	91,80 %	S.O. (***)	S.O. (***)	S.O. (***)

(*) Chiffres couvrant les engagements de niveau 1 ou 2 (crédits C1 ou C8), ainsi que le budget dépensé par les entités codéléguées.

(**) Sur base de la modification des plans d'action de communication externe de la DG AGRI.

(***) Les paiements en faveur de ces actions sont en cours et encore à finaliser.

VI. CONCLUSION

Les actions d'information menées dans le domaine de la politique agricole commune en 2023 et en 2024 ont porté sur la révision de la politique et sa capacité à mieux répondre aux nouveaux défis économiques, environnementaux et sociaux. Les activités de communication ont porté sur la contribution de la PAC aux objectifs du pacte vert pour l'Europe, du pacte pour le climat, de la stratégie «De la ferme à la table», ainsi qu'à la sécurité alimentaire et à la résilience face à la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine.

¹² Les paiements sont en général inférieurs aux montants initialement engagés. Dans le cas des subventions, les coûts réels des activités peuvent être inférieurs à ceux initialement prévus dans le budget prévisionnel de la convention de subvention et, deuxièmement, parce que certains coûts déclarés par les bénéficiaires pourraient être considérés comme éligibles. Dans le cas des actions menées à l'initiative de la Commission, les différences entre les paiements et les engagements découlent du fait que, si les engagements sont fixes, les dépenses réelles pourraient être inférieures aux prévisions en raison d'économies et/ou du recours à des mesures plus rentables lors de la mise en œuvre des projets.